Biotecmar


SEA
VALORISATION BIOTECHNOLOGIQUE DES CO-PRODUITS DE LA MER

L'ANALYSE DES RISQUES D'INNOVATION DES PRODUITS DE LA MER

- Ou comment rater son innovation à coup sûre ?

- L'objectif de cette journée est de vous donner une check-list de questions incontournables, d'outils spécifiques et de compétences clés à associer à votre démarche d'innovation pour augmenter vos chances de succès !

plan d’intervention

- Introduction flop et top !
- Qu’est ce que l’innovation ?
- Peut on rater ses innovations ? les risques et témoignages
- les 4 leviers d’action pour limiter les risques !

Source : LesEchos.fr





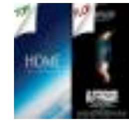
TOP/FLOP DE L'AI

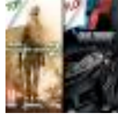
AGROALIMENTAIRE

La canette controversée a rencontré un très fort succès. Autorisée à la vente depuis avril 2008, la boisson énergisante s'est vendue à plusieurs millions d'exemplaires dans l'Hexagone. Tandis qu'Essensis, le yaourt cosmétique de Danone sensé nourrir de la peau de l'intérieur, a été un véritable échec. A tel point que deux ans après son arrivée, le groupe a décidé d'arrêter sa vente…

Photo : DR








1/8 2/8 3/8 4/8

Lait et crème au chêne lancé en 2005

Il s'agit de substances aromatiques 100% naturelles, issues d'un mariage entre la matière première laitière (lait, crème...) et le cœur du chêne.

Cette invention est protégée par un brevet acquis par Rians auprès de l'inventeur du procédé, un restaurateur de la Brenne, Jean-Pierre Maréchau.

RIANS : fromage blanc, faisselle, fromages, desserts, idées recettes 16/03/10 21:53









Pour trouver de nouvelles sources de revenus, Fleury Michon a lancé en 2000, sous l'enseigne « Graine d'appétit », des restaurants en libre-service d'un genre particulier : le client se faisait réchauffer lui-même les plats de la marque dans des micro-ondes.

Las ! le consommateur boudant l'assiette,Fleury Michon s'est contenté d'inaugurer six restaurants, fermés un an plus tard. « Quel est l'intérêt de proposer des surgelés cuisinés à réchauffer quand vous pouvez le faire vous même à la maison ? » […]

Sipping flavour into milk



les ratages en chiffres

- 93% des projets innovants échouent sur le marché.
- seulement 1 projet innovant sur 16 conduit à un succès commercial.
- Seulement 13% des projets innovants développés par les entreprises atteignent le stade de la commercialisation.
- Seulement la moitié de ces nouveaux produits lancés sur le marché remporteront, au moins en partie, un certain succès commercial.
- Donc au total, seulement 6% des projets innovants développés "officiellement" par les entreprises deviennent un succès commercial.

> Source : **BE Allemagne** numéro 318 du 17/01/2007 rédigé par l'Ambassade de France en Allemagne.

> **Pays-Bas, 3/4 des projets d'innovation échouent**.

Les raisons évoquées

- Les directeurs de compagnies considèrent que les plus importantes causes d'échec sont le manque de soutien au sein du staff (37%),
- le manque de temps (37%)
- une stratégie inadaptée.
- le manque de moyens financiers,
- et la qualité médiocres des équipes projet (ces derniers points sont particulièrement vrais dans les grandes compagnies)

Et vous ?

- Témoignages d'innovation ratée

Les principaux risques

- technique
- marché
- juridique
- financier
- et organisationnel ...



Les risques techniques

- la technique, les biotechnologiques...
- la scalabilité des procédés
- la standardisation versus l'adaptabilité
- l'industrialisation
- coût/performance
- CdC équipementier, problème de sous-traitance
- mesure des investissements R&D
- la variabilité et la disponibilité des matières premières...

les risques marchés

- non acceptation par le marché
- problème de positionnement,
- difficulté de distribution
- volume insuffisant
- prix non adapté
- distribution mal estimé
- time to market sous-estimé..

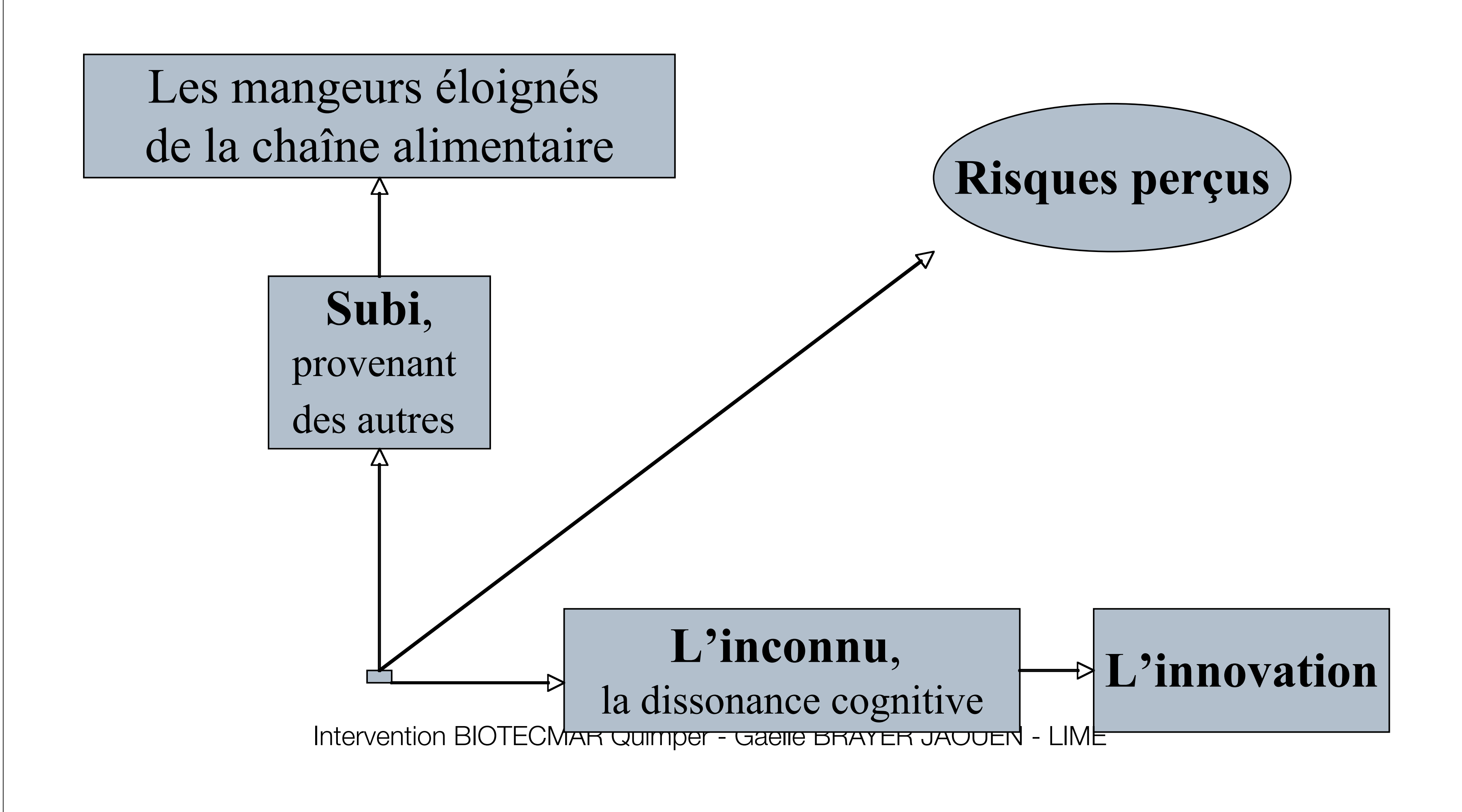
L'information la plus difficile à gérer : celle du marché ?



- Plusieurs clients avec des besoins parfois contradictoires
- Une néophobie forte du mangeur
- Une néophilie des distributeurs
- Une peur incroyable des consommateurs
- De perception des consommateurs



La perception des risques – JL Lambert



les risques juridiques

- les contrats, clause de confidentialité
- les contraintes réglementaires
- pas de politique de protection possible
- la stabilité des actionnaires... les statuts...

Les risques organisationnels

- frein humain,
- guerre de service
- délai dépassé
- non renouvellement du mode de penser l'innovation, du processus d'innovation

Les risques financiers

- dépassement de budget
- retour sur investissement, point mort
- problème de gestion : prix kg, uvc...
- gestion de trésorerie de la croissance...
- le business modele...

Les 4 leviers d'action de l'innovation

- **Le plus simple : innover sur le produit et service**
- Le plus efficace : une organisation innovante
- Le plus pérenne : une stratégie d'innovation
- La plus haute valeur : Une culture d'innovation

L'économiste autrichien Joseph Schumpeter (1883-1950),

distinguait cinq cas d'innovation :

- la fabrication d'un bien nouveau,
- la réalisation d'une nouvelle organisation,
- l'ouverture d'un débouché nouveau,
- l'introduction d'une méthode de production nouvelle,
- la conquête d'une nouvelle source de matières premières ou de produits semi-ouvrés.

Les innovations portent sur :

- La productivité
- les processus logistico-industriels
- La diversité de produits
- La diversité de l'offre en service, du packaging,
- Le design, les fonctionnalités
- La sécurité
- L'impact environnemental
- La gestion des déchets : les écoproduits
- Le social
- Les matériaux et énergies
- La technologie

Une tendance à gérer des paradoxes :

- Entre variété et choix
- Prix et éthique
- Global et personnalisé
- Proximité et exotisme
- Praticité et écologie
- Temps et délai
- Simplicité et sophistication

L’innovation

Une fois élaborée et mise au point, l’innovation doit être introduite dans l’économie, c’est-à-dire, d’ordinaire en économie capitaliste, lancée sur le marché.

Et vous dans votre activité…

- Faites vous des innovations technologiques ?
- Quelles sont les ratios entre les différents types d'innovations : produit, service, marketing et commerciale, organisationnelle, juridique…?
- Combien par an ?

Typologie des innovations

Tableau 1 – Typologie des innovations

		Perception de l'innovation par le producteur	
		Faible : innovation « commerciale »	Forte : innovation « technologique »
Perception de l'innovation par le consommateur	Faible : innovation « mineure »	Innovation incrémentale	Innovation technique
	Forte : innovation « majeure »	Innovation sociale	Innovation radicale

D'après Badot et Cova, 1992.

Les 4 leviers d'action de l'innovation

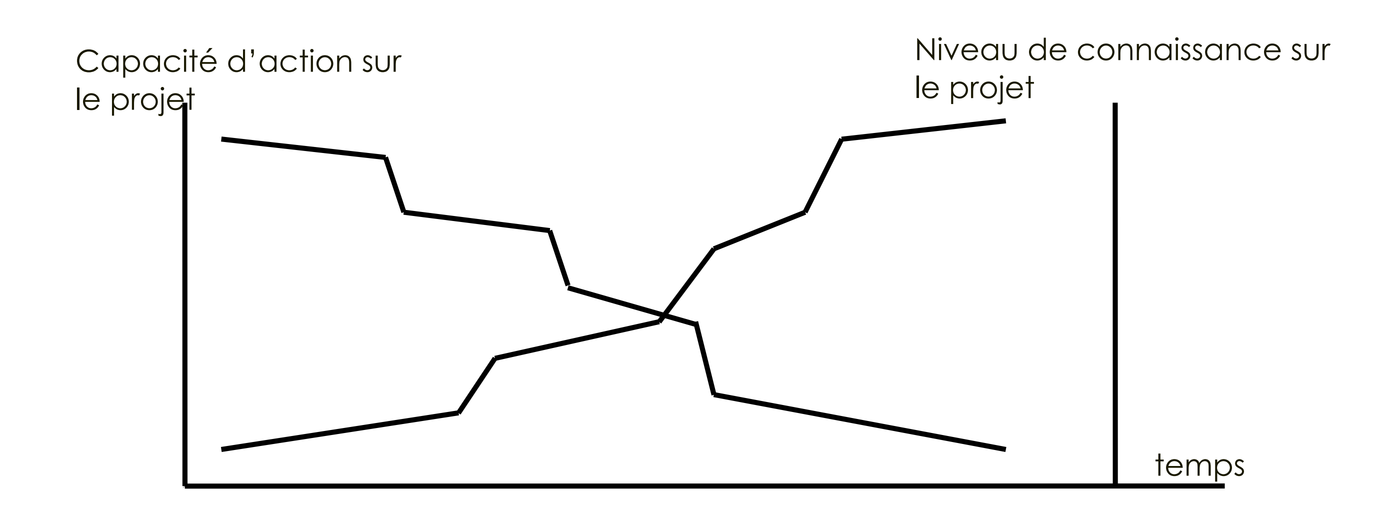


- Le plus simple : innover sur le produit et service
- **Le plus efficace : une organisation innovante**
- Le plus pérenne : une stratégie d'innovation
- La plus haute valeur : Une culture d'innovation

La complexité du processus d'innovation réside…

- De l'information : à trouver, formaliser, vérifier, valider et gérer
- Du temps : à trouver, projeter et à optimiser
- De l'argent : à trouver, à investir et à gérer
- Et de la motivation…

L'innovation, un pari sur l'avenir, le choix du risque maîtrisé et la gestion de l'information.



Axe de déroulement du projet tiré de GAREL et MIDLER (1995)

Quels sont
les plus grands risques ?

- manque d'information ou informations déformées voire fausses
- manque de temps ou de dépassements excessifs !
- De l'argent
- Des freins humains inhérents à tout changement et de la démotivation…

L’innovation

- L’innovation seule, c’est-à-dire, la mise sur le marché de nouveaux produits, n’est plus un élément de compétitivité.

- La démarche d’innovation devient un moyen d’augmenter sa compétitivité si l’entreprise est capable de réduire le risque financier et managérial du développement.

Les 4 leviers d'action de l'innovation



- Le plus simple : innover sur le produit et service
- Le plus efficace : une organisation innovante
- **Le plus pérenne : une stratégie d'innovation**
- La plus haute valeur ajoutée : Une culture d'innovation

Innover : une stratégie

	Le projet d'innovation	Le management de l'innovation
Aussi appelé :	Développement de produit Innovation d'amélioration Innovation produit, Projet innovant	Innovation Permanente Processus Innovation, ~~Démarche Innovation,~~ ~~Politique d'innovation~~ Innovation Total
Ce qui les différencie	◆ Court, moyen terme ◆ Gestion ◆ Projet ◆ Capitalisation ◆ Recherches d'informations ◆ Dépôt de brevet (PI) ◆ Boîte à idées ◆ Analyse du besoin (AF) ◆ Séances de créativité ◆ Analyse des tendances ◆ Certification / homologation ◆ Planning ◆ ...	◆ Long terme ◆ Management ◆ Stratégie ◆ Gestion des connaissances (KM) ◆ Veille stratégique ◆ Stratégie de protection (PI) ◆ Système de suggestion ◆ Gestion de la relation client (CRM) ◆ Intelligence collective ◆ Prospective ◆ Gestion de la qualité ◆ Tableau de bord ◆ ...

Vers une stratégie d'innovation

l'action pour être efficace, demande

- une rationalisation des choix,
- une logique de l'action,
- un calcul et une évaluation des moyens…

Hier :	Aujourd'hui :	Demain :
Monde de la production	Monde de l'innovation	Monde de la capacité à innover
Réponse (à la demande)	Réactivité (demande, technologies, environnement, …)	Anticipation (tout anticiper)
Temps	Vitesse	Accélération

Unilever se dote d'un centre d'innovation

13/04/2005

UNILEVER, leader sur le marché des sauces et condiments avec 20% de parts de marché, vient d'ouvrir un **centre européen d'innovation sur les sauces à Dijon**. Avec 60 personnes de plusieurs nationalités différentes, ce centre est dédié à la mise au point des futurs sauces et condiments de Unilever, Bestfoods et Amora Maille.



DMV International ouvre son centre d'innovation Innovium Consacré au développement d'ingrédients alimentaires et nutritionnels

- 11-05-2006
- ZALTBOMMEL, Pays-Bas, --- L'ouverture de ce centre d'innovation souligne les ambitions stratégiques de Campina en matière d'ingrédients industriels
- L'inauguration officielle d'Innovium, le centre d'innovation de DMV International consacré aux ingrédients utilisés dans les produits d'alimentation et de nutrition, constitue une nouvelle preuve de l'importance stratégique que la coopérative laitière internationale Campina accorde aux activités internationales relatives aux ingrédients (laitiers) de sa division DMV International.
- Innovium se situe dans le Food Valley Incubator BioPartner Center (Centre BioPartner de la pépinière d'entreprises du secteur alimentaire, NDLT) de Wageningen (Pays-Bas).

Nestlé ouvre son second centre de R&D

- Nestlé a ouvert aujourd'hui le nouveau Nestlé Professional Customer Innovation Campus à Solon, Ohio, dédié au développement de solutions culinaires pour les activités de restauration hors-foyer. Le nouveau bâtiment a été inauguré par Marc Caira, Directeur mondial de Nestlé Professional, Jorge Sadurni, Président de Nestlé Professional, Amériques, et Kevin Patton, maire de Solon.

- La création du Customer Innovation Campus souligne l'importance que Nestlé attribue à la R&D comme au marché de la restauration hors-foyer, l'un de ses quatre domaines stratégiques de croissance. Les consommateurs dépensent davantage dans les repas et les boissons pris hors de leur domicile, une tendance qui est appelée à se poursuivre.

- Dans les années à venir, Nestlé Professional invitera des chefs cuisiniers et des dirigeants de divers secteurs de la restauration hors-foyer - restaurants, hôtels, écoles, entreprises - au Customer Innovation Campus à Solon, pour mieux saisir les tendances-clés de la consommation et pour collaborer au développement de menus et de solutions de repas personnalisés. Le Customer Innovation Campus de Solon emploiera **100 collaborateurs, y compris des chefs de classe mondiale.**

- Nestlé a investi environ CHF **17 millions dans ce nouveau site R&D**. Après le Nestlé Professional Beverage Centre à Orbe, voici le second Centre R&D dédié aux activités de la restauration hors-foyer. Nestlé bénéficie du plus grand réseau R&D parmi les entreprises d'alimentation et de boissons, pour lequel elle a investi CHF 1,88 milliard en 2007

Puratos investit en Russie, sept 2009

Le site, qui s'étend sur 6 000 m², intègre un centre d'innovation placé au cœur du site. Les spécialistes du centre de recherche et développement pourront créer des recettes et des ingrédients qui seront adaptés aux goûts de la population russe grâce à des équipements de dernière génération.

Le site est divisé en quatre unités : la première pour les mélanges et la production de mixes et d'améliorants en poudres, la seconde pour la fabrication de crèmes anglaises et de mixes pour la fabrication de cakes, la troisième pour la fabrication de glaçages et d'enrobages, et la quatrième pour la production de nappages

L'Innovati



Nestlé et General Mills créent un centre d'innovation pour l'accélération de la recherche en céréales pour petit-déjeuner

Cereal Partners Worldwide (CPW S.A.), une joint-venture entre Nestlé S.A. et General Mills Inc., a annoncé pour mi 2010, la création d'un nouveau Centre d'innovation à Orbe, en Suisse.

L'investissement de près de CHF 50 millions (33 millions d'euros) souligne l'axe stratégique de Cereal Partners Worldwide sur la nutrition, la santé et le bien-être, et permettra à la société d'accélérer le développement de solutions innovantes et nutritives dans le domaine des céréales pour petit-déjeuner.

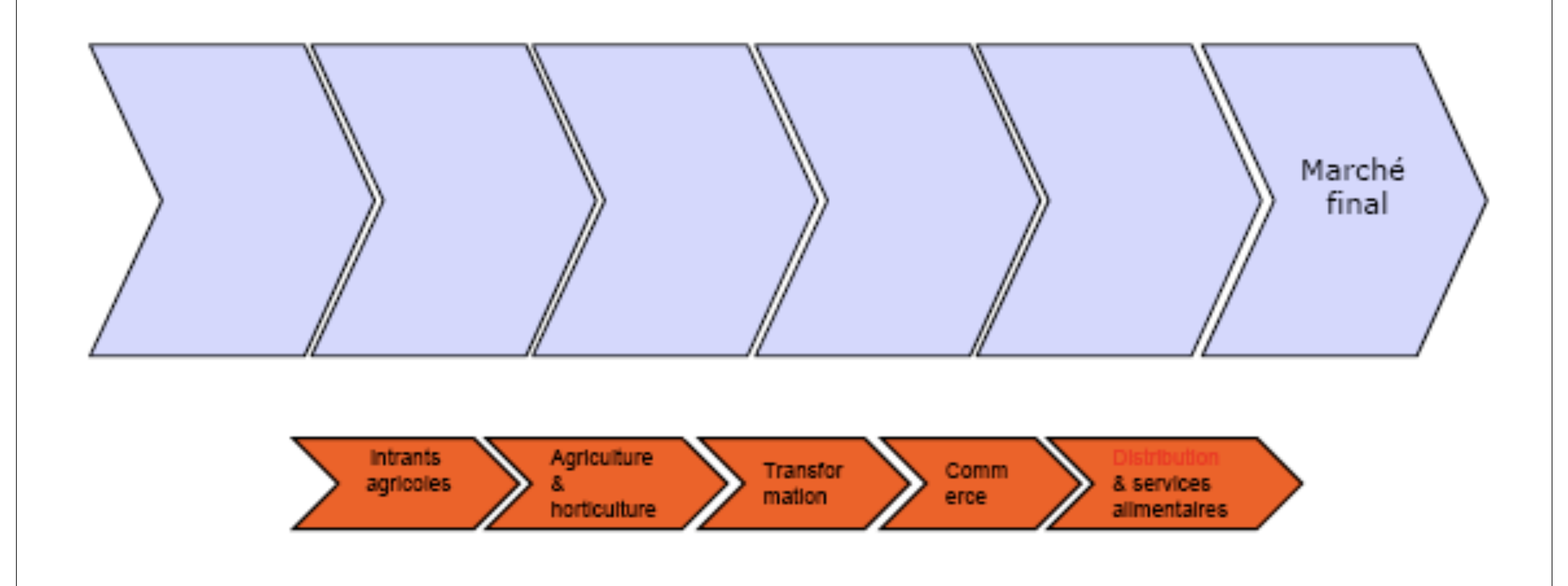
Les travaux de construction, qui ont démarré début 2009 et dont près de la moitié ont déjà été effectués, devraient être terminés d'ici la mi-2010.



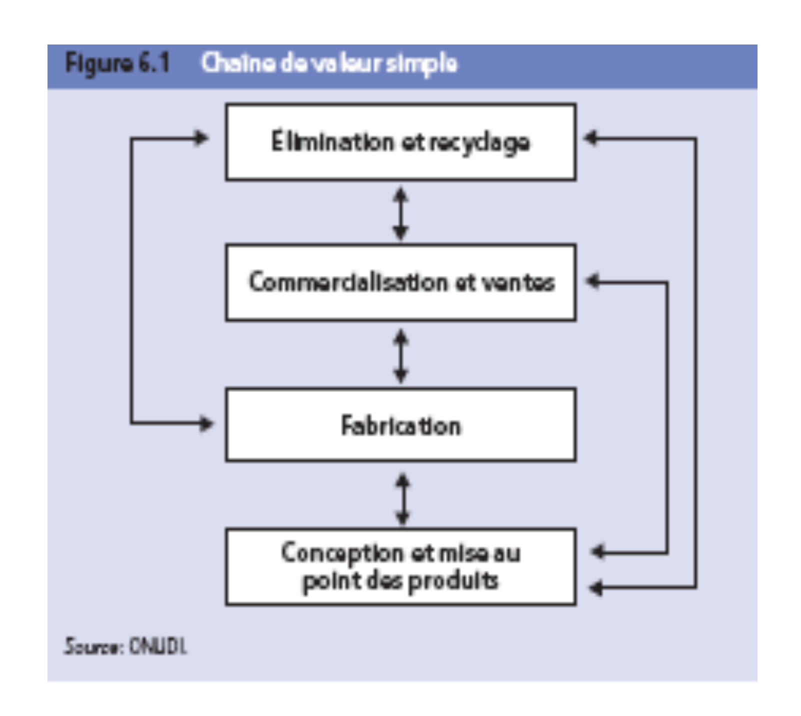
Les 4 leviers d'action de l'innovation

- Le plus simple : innover sur le produit et service
- Le plus efficace : une organisation innovante
- Le plus pérenne : une stratégie d'innovation
- **La plus haute valeur : une culture d'innovation**

Innover : une approche nouvelle par la chaîne de valeur



Innover sur votre modèle d'affaires



Biotecmar au coeur de l’innovation : Le “cradle to cradle”

Ecologique et économique, le concept est aussi créateur de liens.

Ainsi, des communautés sont en train de se constituer entre industriels, afin de partager des banques de matériaux. *«L'enjeu est de créer ces nouvelles filières*. *Il faut arriver à trouver le futur client de notre futur déchet.»*

Aussi peut-on imaginer par exemple que les gestionnaires de déchets actuels deviennent à terme des gestionnaires de matériaux, et les distributeurs des centres de collecte.

Le Cradle to Cradle est une véritable révolution industrielle, conduisant à l'innovation et à une évolution radicale des consciences.

Conclusion - Action

L'innovation reste un art et doit s'inventer chaque jour avec organisation, stratégie et volonté de tous…

Il existe des partenaires,
des moyens d'innover malin ...
À moindre coût,
tout en diminuant les risques…





Interventions

Des services "sur-mesures", pour répondre aux besoins des entreprises de l'agro-alimentaire et de l'amont agricole.

LIME FORMATION



FORMATION A L'INNOVATION

> Formation initiale
> Formation professionnelle
> Techniques d'analyse fonctionnelle
> Techniques de créativité

FORMATIONS CREATIVITE / ANALYSE DE LA VALEUR :

des formations en entreprises sur la base de 2 journées
études ad hoc de vos besoins de formation à la gestion de projet

LIME ACCOMPAGNEMENT DE PROJETS



> Accompagnement de l'entreprise en développement ou création
> Assistance au transfert de technologie
> Recherche de financements publics et privés pour projets innovants
> Montage de programme de labellisation et de financement type Eurêka

LIME CONSEIL ETUDES



> Conseil aux professionnels de l'industrie agro-alimentaire et de l'amont agricole
> Expertises de projets, diagnostic d'entreprise
> Etudes marketing d'innovation
> Études consommateurs

ME plus d'informations

QUELQUES REFERENCES



Audencia, IAE Nantes, IUP Quimper, ENITIAA Nantes, Ecole des Mines Nantes , Agro-ParisTech, Ecole Supérieure du Bois, CNAM ,ISSBA IUP Angers, ENSBANA Dijon...
OSEO, Région Midi-Pyrénées, Région Pays de la Loire...
Industriels de l'agro-alimentaire en fromagerie, charcuterie...

LIME dans le programme DINAMIC - Région Pays de la Loire
9 mois pour donner naissance à vos projets...
Développement commercial : Concentré sur l'offre, ce module vise à lancer des actions commerciales permettant de préserver ou de développer des marchés à forte valeur ajoutée. Les objectifs recherchés sont l'augmentation de la marge et le renforcement durable de l'avantage concurrentiel.
Développement par l'innovation : Se développer par l'innovation consiste à choisir et à mettre en place une démarche pérenne d'amélioration continue des produits et services et/ou préparer des projets à fort potentiel.

Nous contacter :

Gaëlle BRAYER JAOUEN et Patrick BRAYER, directeurs associés
L'Innovation, Mode d'Emploi …
La Joussetière, 9
85 280 LA FERRIERE ☏ +33. 251 406 404



